

Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Mela Azmardiah

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: melaazmardiah@gmail.com

Jon Kenedi

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: jonkenedi@uinbukittinggi.ac.id

Abstract

This study was conducted to identify the extent of the influence of complaint handling and product quality on the satisfaction of murabahah financing members at Banuhampu Sungai Puar Civil Servant Cooperative. The background of this research was based on complaints from several members regarding the cooperative's policy which had not been willing to process murabahah refinancing proposed by members. The rejection by the cooperative was a form of compliance with National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council Fatwa No. 89/DSN-MUI/XII/2013 concerning sharia refinancing which does not explicitly state that murabahah refinancing can be carried out using a murabahah contract as well. This research employed a correlational quantitative approach. The sample was selected using non-probability sampling through a saturated sampling technique. Data were collected through interviews and the distribution of online questionnaires to 42 murabahah financing members. Data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics. The results of the study indicate that: (1) complaint handling (X1) does not have a significant effect on member satisfaction (Y) with a value of $0.176 < 2.022$ and a significance level of $0.861 > 0.05$; (2) product quality (X2) has a positive and significant effect on member satisfaction (Y) with a value of $10.359 > 2.022$ and a significance level of $0.000 < 0.05$; and (3) simultaneously complaint handling (X1) and product quality (X2) have a positive and significant effect on the satisfaction of murabahah financing members at Banuhampu Sungai Puar Civil Servant Cooperative with an F-value of $96.897 > 3.24$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.832 indicates that these two variables are able to explain member satisfaction by 83.2%, while the remaining 16.8% is influenced by other variables outside the regression model of this study.

Keyword: Customer Satisfaction, Complaint Handling, Murabahah Financing, Quality of Product.

Abstrak

Penelitian ini diarahkan guna mengidentifikasi seberapa besar pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Latar belakang riset ini didasarkan atas keluhan dari beberapa anggota terkait kebijakan koperasi yang belum bersedia memproses *refinancing murabahah* yang diajukan anggota. Penolakan koperasi merupakan bentuk kepatuhan koperasi terhadap Fatwa DSN No. 89/DSN-MUI/XII/2013 perihal *refinancing* syariah yang tidak menegaskan bahwa *refinancing murabahah* bisa dilakukan dengan menggunakan akad *murabahah* pula. Riset ini dijalankan dengan pendekatan kuantitatif korelasional. Sampel

dipilih dengan menggunakan *non probability sampling* melalui teknik *sampling* jenuh. Data dikumpulkan melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner *online* kepada 42 anggota pembiayaan *murabahah*. Analisis data menggunakan SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Penanganan keluhan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan nilai $0,176 < 2,022$ dan tingkat signifikansi $0,861 > 0,05$ (2) Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan nilai $10,359 > 2,022$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ (3) Secara simultan variabel penanganan keluhan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar dengan nilai F hitung $96,897 > 3,24$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,832 menjelaskan jika ke dua variabel ini mampu menjelaskan variabel kepuasan anggota sebanyak 0,832 atau sebesar 83,2 %, sementara sisanya 16,8 % berasal dari variabel lain di luar model regresi penelitian ini.

Kata Kunci: Kepuasan Anggota, Kualitas Produk, Pembiayaan *Murabahah*, Penanganan Keluhan

A. Pendahuluan

Boleh dikatakan jika koperasi memiliki konsep unik jika dibandingkan dengan jenis usaha lainnya. Seluruh kegiatan koperasi mulai dari menyimpan uang, memberikan pinjaman, hingga menyediakan berbagai macam barang kebutuhan mampu dikelola dengan baik melalui modal yang telah dikontribusikan anggota ke koperasi. Oleh karena itu, anggota menyanggah identitas ganda yaitu sebagai pemilik sekaligus pelanggan (*owners-customers*). Bahkan koperasi yang melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan akan meningkatkan loyalitas anggota itu sendiri.¹ Lebih lanjut koperasi memiliki tujuan untuk membantu anggotanya² dengan cara menyediakan barang kebutuhan dan pembiayaan.³ Optimalisasi dalam pemenuhan kebutuhan anggota perlu dipegang teguh guna membentuk kepuasan bagi anggota itu sendiri. Dalam mengkaji kepuasan pelanggan, Sugandhi memberikan pemikiran yang berbeda dengan fokus kepada kualitas dan hubungan pelanggan. Menurutnya dua faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan mencakup faktor manusia dan faktor produk.⁴

¹ Nadia Anzali dan Jon Kenedi, Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Menghadapi Persaingan Lembaga Keuangan Syariah di Kota Padang Panjang, Vol. 6, No. 3, *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 2025, hlm. 591-592.

² Sindy Amelia dan Jon Kenedi, Strategi Pengembangan Produk Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Pada KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Sungai Rumbai), Vol. 3, No.4, *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2024, hlm. 154.

³ Maisyarah dan Jon Kenedi, Strategi Membangun *Brand Image* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Hidup Berkah Bermakna Kota Padang Panjang, Vol. 11, No. 3, *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 2025, hlm. 221.

⁴ R. K. Sugandhi, *Customer Relationship Management*, (New Delhi: New Age Internasional Publishers, 2003), hlm. 113.

Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar merupakan koperasi yang berlokasi di Sungai Buluah, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Kegiatan usaha yang dikelola meliputi usaha simpan pinjam pembiayaan syariah dan usaha pertokoan. Penerapan simpan pinjam pembiayaan syariah tersebut mulai diterapkan pada tahun 2021 dengan menawarkan akad pembiayaan *murabahah* dan akad pembiayaan *ijarah*. Pembiayaan *murabahah* menjadi pembiayaan paling dominan digunakan di koperasi tersebut. Bahkan penelitian oleh Putri dan Kenedi menunjukkan bahwa banyak masyarakat non muslim berminat menggunakan pembiayaan *murabahah* karena merasa produk yang ditawarkan bermanfaat dengan harga yang wajar serta adanya rekomendasi dari keluarga dan rekan kerja.⁵

Sejak pembiayaan *murabahah* mulai di terapkan, salah satu Juru Buku KPN Banuhampu Sungai Puar menerima keluhan dari beberapa anggota karena koperasi belum bersedia memproses pembiayaan ulang *murabahah* yang diajukan anggota. Pembiayaan ulang (*refinancing*) dilakukan dengan menerapkan prinsip syariah dalam memberikan akses pembiayaan baru untuk nasabah baru maupun kepada nasabah yang masih memiliki kewajiban untuk menyelesaikan pembiayaan lama.⁶ Saat anggota masih dalam proses melunasi pembiayaan *murabahah*, anggota tersebut membutuhkan dana mendesak. Kondisi ini mendorong anggota untuk mengajukan pembiayaan *murabahah* ke dua. Pengajuan pembiayaan *murabahah* ke dua ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mendesak tadi sekaligus untuk melunasi sisa hutang pembiayaan *murabahah* sebelumnya.

Penolakan koperasi merupakan bentuk kepatuhan koperasi terhadap aturan syariah yang tertuang dalam Fatwa DSN No: 89/DSN-MUI/XII/2013 perihal *refinancing* syariah yang tidak menegaskan bahwa *refinancing murabahah* bisa dilakukan dengan menggunakan akad *murabahah* pula. Isti'nah menjelaskan bahwa *refinancing* dengan akad *murabahah* berada dalam kategori *bai' al-bainah* yang

⁵ Nadila Putri dan Jon Kenedi, Analisis Keputusan Masyarakat Non-Muslim Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Sumut KCP Syariah, Vol. 2, No. 9, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2024, hlm. 1269-1271.

⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 89/DSN-MUI/XII/2013 Tentang Pembiayaan Ulang (*Refinancing*) Syariah

dilarang.⁷ Bahkan Mumtahaen menjelaskan bahwa *refinancing murabahah* dapat mengandung unsur bertentangan dengan prinsip syariah jika sisa angsuran pembiayaan *murabahah* pertama dialihkan kepada pembiayaan *murabahah* kedua, hal ini tentunya akan mengakibatkan kenaikan harga barang. Lebih lanjut, peningkatan harga barang juga akan mengakibatkan margin keuntungan yang diambil lembaga keuangan ikut meningkat karena dihitung dari total harga barang yang baru.⁸

Berdasarkan penjelasan di atas, maka diperoleh asumsi awal bahwa keluhan yang disampaikan anggota pembiayaan *murabahah* berdampak terhadap perkembangan pembiayaan *murabahah* itu sendiri. Perkembangan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar disajikan pada tabel 1:

Tabel 1
Perkembangan Anggota Pembiayaan *Murabahah*
KPN Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2025

No	Semester	Σ Anggota Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Naik / Turun	
			Σ	%
1	Semester I/2022	20	-	-
2	Semester II/2022	9	-11	-55
3	Semester I/2023	15	6	66,67
4	Semester II/2023	15	0	0
5	Semester I/2024	15	0	0
6	Semester II/2024	21	6	40
7	Semester I/2025	23	2	9,52

Source: Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

Tabel 1 di atas menunjukkan perkembangan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar. Pada semester II tahun 2022 jumlah anggota pembiayaan *murabahah* sebanyak 9 orang mengalami penurunan sebanyak 11 orang atau sebesar 55% dibanding semester I tahun 2022. Semester I tahun 2023 jumlah anggota menjadi 15 orang mengalami kenaikan sebanyak 6 orang atau sebesar 66,67% dibanding semester sebelumnya. Pada semester II tahun 2023 sampai semester I tahun 2024 perkembangan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* mengalami stagnasi karena jumlahnya tetap sebanyak 15 orang dengan perkembangan sebesar 0%. Pada semester II tahun 2024 jumlah anggota menjadi 21 orang mengalami

⁷ Isti'ana, *Pembiayaan Murabahah: Konsep dan Penerapannya Pada Bank Syariah di Indonesia (Tinjauan Maqashid Syariah)*, (Yogyakarta: Nuta Media Yogya, 2020), hlm. 247.

⁸ Ikmal Mumtahaen, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Refinancing Syariah Pada Pembiayaan Mikro Syariah dengan Akad *Murabahah* di Bank Syariah Mandiri Rancaekek Bandung" *Thesis*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021), hlm. 11.

kenaikan sebanyak 6 orang atau sebesar 40%. Pada semester I tahun 2025 mengalami penurunan menjadi 9,52 %.

Dengan demikian, masalah yang teridentifikasi meliputi keluhan dari sejumlah anggota karena merasa pembiayaan *murabahah* kurang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan mendesak dan terjadinya penurunan signifikan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada semester II tahun 2022 sebesar 55%. Berdasarkan latarbelakang dan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian berfokus demi mengidentifikasi sejauh mana penanganan keluhan dan kualitas produk memengaruhi kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

B. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Gerson menjelaskan bahwa pelanggan memiliki harapan agar produk dan jasa yang mereka beli berfungsi dengan baik. Pelanggan puas karena produk dan jasa memiliki kinerja baik. Sebaliknya, pelanggan tidak puas karena kinerja produk atau jasa tidak mampu memenuhi harapan mereka. Dalam hal ini, penjual perlu menemukan solusi agar ketidakpuasan pelanggan bisa diperbaiki kembali. Namun, jika solusi tersebut masih belum mampu memuaskan pelanggan, maka pelanggan akan memilih beralih ke penjual lain.⁹ Di sisi lain, Lovelock menyatakan bahwa kepuasan mengacu kepada kondisi emosi pelanggan, di mana respons pelanggan setelah melakukan pembelian bisa menjadi marah, jengkel, tidak puas, netral, atau bahkan gembira. Tjiptono dan Diana memandang kepuasan berperan dalam loyalitas pelanggan. Lebih rinci loyalitas nasabah mendorong kesuksesan operasional bank.¹⁰

Mengacu pada penjelasan di atas, kepuasan pelanggan berhubungan dengan emosional pelanggan akibat membandingkan antara hasil yang diterima sesudah menggunakan produk/jasa dengan harapan sebelum menggunakan produk/jasa. Kondisi emosional tersebut terdiri dari perasaan senang, puas, jengkel, kecewa, marah atau bahkan netral. Hal ini dikarenakan pelanggan punya ekspektasi sebelum menggunakan produk/jasa. Ekspektasi terbentuk manakala pelanggan

⁹ Richard F. Gerson, *Measuring Customer Satisfaction*, (California: Crisp Publications, 1993), hlm. 5.

¹⁰ Fitriani dan Jon Kenedi, Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Pada PT BSI KCP Bukittinggi Sudirman), Vol. 3, No. 3, *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2024, hlm. 192.

mendengar pengakuan atau komentar pelanggan lain atas manfaat barang dan jasa. Di samping itu pengalaman pelanggan itu sendiri mampu membentuk ekspektasi sebab pelanggan yang puas cenderung menggunakan produk atau jasa yang sama. Bila performa produk atau jasa melebihi ekspektasi akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Bila performa produk atau jasa belum memenuhi ekspektasi akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

Sughandi menjelaskan bahwa kepuasan dibentuk oleh dua faktor. *Pertama*, faktor manusia yang mencakup respons, pelayanan, komitmen kepatuhan, sistem manajemen keluhan, orientasi kepentingan pelanggan, dan sikap. Di mana respons, pelayanan, dan penanganan keluhan merupakan faktor yang sangat bergantung terhadap sikap dan keterampilan sumber daya manusia yang dimiliki oleh penjual dan penyedia jasa. Keterampilan sumber daya manusia tersebut merujuk pada keterampilan tenaga kerja saat berinteraksi dengan pelanggan mulai dari merespons pertanyaan pelanggan, memenuhi permintaan pelanggan, hingga mencari jalan keluar dari keluhan yang disampaikan pelanggan. Dalam hal ini Sugandhi berpendapat bahwa kepuasan merujuk pada ringkasan pelanggan tentang perilaku penjual atau penyedia jasa dalam merespons pelanggan, memberikan pelayanan, dan menangani keluhan.

Kedua, faktor produk yang mencakup kinerja, efisiensi, teknologi, kebutuhan perawatan, masa pakai, harga, penampilan, fitur ramah bagi pelanggan, kualitas, dan operasi bebas masalah. Pelanggan cenderung memilih penjual atau penyedia jasa yang memberikan nilai lebih atas uang yang telah dikorbankan pelanggan dalam mendapatkan produk atau jasa.¹¹ Bila produk yang telah dibeli pelanggan membutuhkan perawatan berlebihan, maka akan membuat pelanggan menjadi tidak nyaman karena perlu mengeluarkan biaya lebih guna merawat barang tersebut. Hal ini tentunya akan membuat pelanggan berada dalam posisi rugi secara finansial. Di samping itu, membeli peralatan yang butuh daya lebih besar namun memiliki kinerja yang kurang baik juga menimbulkan perasaan kecewa bagi pelanggan.

2. Keluhan Pelanggan

Aksoy dan Yilmaz menjelaskan bahwa keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan baik lisan maupun tertulis karena merasa bahwa harapan

¹¹ R. K. Sughandi, ... hlm. 112-113.

atau kebutuhan mereka masih belum terpenuhi. Pelaku bisnis lebih baik memandang keluhan sebagai sesuatu yang membawa keuntungan bagi perusahaan dengan menganggap bahwa keluhan yang disampaikan pelanggan merupakan upaya pelanggan untuk memulihkan kembali hubungan dengan perusahaan supaya hubungan tetap terjaga.¹² Lebih jauh Cetin mendefinisikan bahwa ketidakpuasan mendorong pelanggan untuk menunjukkan sikap negatif kepada perusahaan yang dikenal sebagai perilaku keluhan pelanggan.¹³

Dari pendapat di atas dapat dipahami jika keluhan tercipta karena produk atau jasa belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Harapan yang belum terpenuhi inilah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mendorong mereka untuk menunjukkan sikap negatif berupa penyampaian keluhan kepada perusahaan, baik secara tertulis maupun lisan. Dalam merespons berbagai keluhan, perusahaan perlu memanfaatkan berbagai keluhan yang masuk sebagai sarana guna memulihkan hubungan dengan pelanggan yang kecewa. Davidow melakukan analisis lebih mendalam dan menemukan bahwa respons organisasi dalam menanggapi keluhan memiliki dampak besar pada perilaku pelanggan setelah keluhan, mulai dari niat untuk membeli kembali hingga kemungkinan untuk terlibat dalam *word-of-mouth*, dan bahkan memengaruhi nilai pesan *word-of-mouth*.

Menurut Davidow respons perusahaan tersebut terdiri dari: *pertama*, ketepatan waktu merupakan kecepatan yang dirasakan pelanggan saat perusahaan menangani keluhan. *Kedua*, fasilitas merupakan kebijakan atau prosedur bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhan. *Ketiga*, ganti rugi sebagai kompensasi yang diterima pelanggan atas keluhan yang disampaikan. *Keempat*, permohonan maaf perusahaan kepada pelanggan. *Kelima*, kredibilitas atau tanggungjawab perusahaan atas keluhan. *Keenam*, keterlibatan untuk mewujudkan komunikasi interpersonal antara perusahaan dengan pelanggan¹⁴. Tjiptono berpendapat bahwa aspek penanganan keluhan perusahaan mencakup kepedulian pada

¹² Mujde Aksoy and Ozer Yilmaz, *Consumer Complaints and Complaint Management in The Tourism Sector, Part A*, Vol. 108, *Emerald Group Publishing Limited*, 2022, hlm. 95.

¹³ Filiz Aslan Cetin, *Customer Complaints Management: A Conceptual View*, Vol. 4, No. 11, *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences*, 2018, hlm. 873.

¹⁴ Moshe Davidow, *Organizational Responses to Customer Complaints: What Works and What Doesn't*, Vol. 5, No. 3, *Journal of Service Research*, 2003, hlm. 232.

pelanggan yang marah, ketangkasan dalam menangani keluhan, kelayakan solusi masalah dan kemudahan pelanggan menghubungi perusahaan.¹⁵

3. Kualitas Produk

Kualitas produk dikenal sebagai media utama guna membangun citra produk atau sebagai strategi perusahaan agar produk memiliki tempat khusus di benak konsumen dengan memandang produk memiliki keunggulan dan perbedaan dibandingkan produk pesaing. Kotler dan Armstrong menganggap bahwa kualitas memberikan efek terhadap kinerja produk atau jasa yang pada akhirnya turut memengaruhi nilai dan kepuasan pelanggan. Bahkan kualitas dipandang sebagai proses untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁶ Irona dan Triyani mengungkapkan bahwa kualitas merupakan prioritas perusahaan dalam menawarkan produk kepada konsumen.

Pada dasarnya pelanggan menilai kualitas produk dengan fokus kepada bagaimana produk mampu membantu pemenuhan kebutuhan pelanggan. Hal ini berkaitan erat dengan janji manfaat yang disampaikan kepada pelanggan. Bila produk benar-benar memberikan "*apa yang dijanjikan produsen dan apa yang diharapkan pelanggan*" maka kepuasan akan terbentuk. Keunggulan produk bahkan mampu meninggalkan kesan di benak pelanggan bila pelanggan merasakan keuntungan tambahan dalam produk, seperti kemudahan penggunaan ataupun efisiensi kinerja. Pada saat konsumen terkesan atas kinerja suatu produk, maka pada saat itulah produk akan meninggalkan kesan positif bagi pelanggan.

Dari pendapat di atas dipahami jika kualitas produk merupakan perbedaan dan keunggulan produk yang membuat konsumen lebih mudah mengenali produk tersebut di antara banyaknya produk pesaing. Konsumen semakin yakin untuk membeli produk dengan kualitas tinggi karena memberikan kinerja maksimal dalam memenuhi kebutuhan sehingga kualitas produk perlu dioptimalkan. Sangadji dan Sopiah menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan jika produk atau jasa berkualitas tinggi. Di mana Sangadji dan Sopiah merumuskan

¹⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, Edisi 4, (Yogyakarta: CV Andi Offset), hlm. 254-255.

¹⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, (Jakarta: Penerbit Erlangga), hlm. 272.

dimensi dasar kualitas mencakup kinerja, interaksi karyawan, keandalan, daya tahan, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, dan kesadaran merek.¹⁷

Perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dengan melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk melakukan evaluasi atas barang atau jasa yang telah digunakan pelanggan. Barang atau jasa yang telah digunakan inilah yang akan menjadi dasar bagi pelanggan dalam memberikan penilaian, apakah kualitas produk atau jasa sudah membuat pelanggan puas atau sebaliknya membuat pelanggan merasa kecewa yang berujung kepada ketidakpuasan. Di samping itu, pelanggan juga memberikan penilaian netral jika produk dirasa biasa dan tidak memiliki dampak tertentu. Hasil penilaian ini dapat digunakan perusahaan untuk melakukan evaluasi sehingga kualitas produk dan jasa dapat terus ditingkatkan.

4. Pembiayaan *Murabahah*

Ibnu Qudamah dan fuqaha Hambali dalam Muchsony dan Mursyid berpendapat bahwa *murabahah* merupakan penjualan yang didasarkan atas biaya awal barang ditambah keuntungan yang sama sama disetujui oleh penjual dan pembeli.¹⁸ Nurhayati dalam Muhammadiyah dan Zulhamdi juga mendefinisikan *murabahah* sebagai transaksi penjualan barang yang membentuk harga jual berdasarkan biaya awal barang sekaligus margin keuntungan yang sama sama disetujui oleh penjual dan pembeli.¹⁹ Lebih jauh lagi Hasan dalam Rahmawati mendefinisikan *murabahah* sebagai perjanjian jual beli saat bank bertindak sebagai penyedia barang bagi nasabah dan mengandung kesepakatan bersama atas harga barang dan margin keuntungan.²⁰

Aplikasi *murabahah* pada koperasi syariah dapat terjadi saat anggota memesan barang. Pihak koperasi syariah akan mengonfirmasi dan membeli barang yang dipesan anggota secara tunai kepada pihak ketiga seperti supplier atau toko.

¹⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 182-189.

¹⁸ Fajar Muchsony dan Mursyid, *Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah di Indonesia*, Vol. 8, No. 3, *Rayah al-Islam*, 2024, hlm. 1527.

¹⁹ Muhammadiyah dan Zulhamdi, *Implementasi Murabahah pada Perbankan Syariah*, Vol. 1, No.1, *al-Hiwalah*, 2022, hlm. 55.

²⁰ Anida Rahmawati, *Dominasi Murabahah dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia*, Vol. 10, No. 10, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2024, hlm. 5804.

Barang yang telah dibeli tidak akan masuk dalam aset tetap koperasi syariah. Hal ini dikarenakan barang tersebut akan dijual kembali oleh koperasi syariah kepada anggota yang sudah melakukan pemesanan sebelumnya. Dengan kata lain barang yang telah dibeli pihak koperasi syariah akan menjadi bagian dari aset *murabahah* koperasi syariah tersebut.

Koperasi syariah kemudian mengonfirmasikan kepada anggota pemesan bahwa barang yang dikehendaki anggota yang bersangkutan telah tersedia di kantor koperasi syariah. Barang yang sudah tersedia mendandakan bahwa akad *murabahah* sudah layak untuk dilakukan yang bersifat mengikat antara koperasi syariah dan anggota. Koperasi syariah akan menetapkan harga jual dengan menyebutkan biaya pokok perolehan barang dan besar margin (tingkat keuntungan) kepada anggota. Selanjutnya, barang diserahkan kepada anggota jika anggota sepakat dengan harga yang ditawarkan koperasi. Anggota kemudian membayar angsuran kepada koperasi hingga lunas.²¹

C. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif korelasional agar penulis dapat mencari pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Paur. Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan *murabahah*. Sampel dipilih dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sampling* jenuh. Arikunto menjelaskan jika jumlah populasi kurang dari 100 maka peneliti bisa menggunakan teknik *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.²² Dalam hal ini karena jumlah anggota pembiayaan *murabahah* kurang dari 100 anggota, maka seluruh anggota pembiayaan *murabahah* dari semester 1/2022 hingga semester 1/2025 yang masih aktif dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Data dikumpulkan dengan teknik wawancara dan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 42 responden. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data penelitian yang memuat sejumlah pernyataan dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Di mana skala Likert (1-5) digunakan untuk mengungkapkan pendapat

²¹ Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 13.

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2020), hlm. 85.

responden tersebut. Skor 5 menunjukkan sangat setuju, skor 4 menunjukkan setuju, skor 3 menunjukkan netral, skor 2 menunjukkan tidak setuju, dan skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju. Adapun hipotesis penelitian terdiri dari:

- Ha₁ penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.
- Ha₂ kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.
- Ha₃ penanganan keluhan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas berfungsi guna memastikan nilai residual memiliki pola penyebaran normal.²³ Penulis melakukan uji normalitas kepada nilai residual saja, bukan kepada setiap variabel yang ada. Karena penelitian terdiri dari 42 sampel, maka uji normalitas dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *Saphiro-Wilk*. Tes *Saphiro Wilk* dibatasi untuk ukuran sampel kurang dari 50.²⁴ Penyebaran data normal manakala *probability sig 2 tailed* > 0,05.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,103	42	,200*	,979	42	,615
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 3 menunjukkan nilai *unstandard residual* kolom *Saphrio-Wilk* memiliki sig. 0,615 > 0,05 sehingga data penelitian dianggap normal.

b. Uji Multikolonieritas

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 196.

²⁴ Nornadiah Mohd Razali dan Yap Bee Wah, Power Comparison of Saphiro-Wilk, Kolmogrov-Smirnov, Lilliefors, and Anderson Darling Tests, Vol. 2, No. 1, *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2011, hlm. 25.

Pengujian multikolonieritas didasarkan pada nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Varian Infloating Faktor*) pada kolom *Collinearity Statistics*. Data bebas multikolonieritas manakala nilai *Tolerance* > 0,10 dengan nilai VIF < 10,00.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633		
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861	,566	1,766
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000	,566	1,766

a. Variabel Terikat: Kepuasan

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 4 menampilkan nilai *Tolerance* penanganan keluhan dan kualitas produk adalah 0,556 > 0,10. Nilai VIF penanganan keluhan dan kualitas produk 1,766 < 10,00. Maka, variabel penanganan keluhan dan variabel kualitas produk tidak mengalami gejala multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan teknik Glejser. Variabel bebas dikatakan bebas masalah heteroskedastisitas manakala nilai Sig. > 0,05.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,227	3,039		,733	,468
	Penanganan Keluhan (X1)	-,066	,042	-,320	-1,563	,126
	Kualitas Produk (X2)	,046	,027	,347	1,696	,098

a. Variabel Terikat: Abs_Res

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 5 menunjukkan nilai sig. penanganan keluhan adalah 0,126 > 0,05 dan kualitas produk adalah 0,098 > 0,05. Dengan demikian, variabel penanganan keluhan dan kualitas produk dinyatakan bebas masalah heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
1	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000

a. Variabel Terikat: Kepuasan

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Merujuk pada tabel 6 dapat disusun persamaan regresi linear menjadi:

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$y = 2,408 + 0,012 X_1 + 0,465 X_2$$

- 1) Konstanta variabel kepuasan anggota sebesar 2,408 menunjukkan jika variabel penanganan keluhan dan variabel kualitas produk memiliki nilai nol, variabel kepuasan anggota tetap sebesar 2,408.
- 2) Koefisien regresi positif sebesar 0,012 pada variabel penanganan keluhan menunjukkan apabila terjadi peningkatan variabel penanganan keluhan sebesar satu point akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,012. Sebaliknya penurunan variabel penanganan keluhan sebesar satu point akan menurunkan kepuasan anggota sebesar 0,012.
- 3) Koefisien regresi positif sebesar 0,465 pada variabel kualitas produk menunjukkan apabila variabel kualitas produk meningkat sebanyak satu point akan meningkatkan kepuasan anggota sebanyak 0,465. Apabila variabel kualitas produk menurun sebanyak satu point maka kepuasan anggota juga menurun sebanyak 0,465.

e. Uji Parsial

Variabel independen berpengaruh secara parsial bilamana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig. < 0,05$. Nilai t_{tabel} ditentukan dari $df = n - k$, k menunjukkan banyaknya variabel untuk uji dua sisi, sehingga $df = 42 - 3 = 39$. Sehingga melalui titik temu antara baris $df = 39$ dan kolom tingkat signifikansi 0,050 pada tabel t menunjukkan nilai t_{tabel} sebesar 2,022.

Tabel 7
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000

a. Variabel Terikat: Kepuasan

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Interpretasi tabel 7 terkait pengaruh parsial variabel dependen dapat dijabarkan dengan dasar nilai t_{tabel} adalah 2,022 sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} variabel penanganan keluhan adalah 0,176 dengan nilai sig. 0,861 sehingga $0,176 < 2,022$ dan $sig. 0,861 > 0,05$. Maka, penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota KPN Banuhampu Sungai Puar, sehingga H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk kualitas produk adalah 10,359 dengan nilai sig. 0,000 sehingga $10,359 > 2,022$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar, sehingga H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

f. Uji Simultan

Pengujian parsial dilakukan dengan dasar bilamana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig. < 0,05$. Nilai F_{tabel} ditentukan dengan melihat tabel F di mana $df_1 = 2$ dan $df_2 = 39$. Sehingga melalui titik temu antara kolom $df_1 = 2$ dan baris $df_2 = 39$ pada tabel F menunjukkan nilai F_{tabel} sebesar 3,24.

Tabel 8
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1649,818	2	824,909	96,897	,000 ^b
	Residual	332,016	39	8,513		
	Total	1981,833	41			

a. Variabel Terikat: Kepuasan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Penanganan Keluhan

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 8 menunjukkan nilai F_{hitung} adalah 96,897 dan nilai sig. 0,000. Data memperlihatkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena $96,897 > 3,24$ dan $sig. 0,000 <$

0,05. Maka, penanganan keluhan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah*, sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

g. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan proporsi kepuasan anggota yang dijelaskan melalui variabel penanganan keluhan dan kualitas produk.

Tabel 9
Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912 ^a	,832	,824	2,918

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Penanganan Keluhan

Source: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 9 menunjukkan nilai *R Square* penanganan keluhan dan kualitas produk sebesar 0,832. Maka, variabel penanganan keluhan dan kualitas produk mampu menerangkan kepuasan anggota sebanyak 0,832 atau 83,2%, sementara sebanyak 0,168 atau 16,8 % diterangkan oleh variabel lain di luar model regresi penelitian.

2. Pembahasan Penelitian

a. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Hasil temuan menunjukkan variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *muarabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Di mana uji t menunjukkan nilai t_{hitung} variabel penanganan keluhan sebesar 0,176 pada tingkat signifikan sebesar 0,861. Maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ karena $0,176 < 2,022$ dan signifikan $0,861 > 0,05$. Oleh karena itu, H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.

Temuan ini mengindikasikan jika variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar. Hal ini diakibatkan oleh keluhan yang disampaikan oleh anggota kepada karyawan dan pengurus tergolong rendah. Di mana keluhan cenderung disampaikan secara berulang oleh beberapa anggota yang merasa kurang puas karena *refinancing murabahah* yang diajukan oleh anggota tersebut ditolak koperasi untuk diproses lebih lanjut. Kondisi inilah yang menjadikan penanganan keluhan tidak berarti secara statistik terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* secara keseluruhan. Selain itu, peneliti mengambil seluruh

anggota pembiayaan *murabahah* yang masih aktif sebagai responden. Dengan kata lain, mayoritas anggota pembiayaan *murabahah* tidak mengalami masalah yang sama sehingga variabel penanganan keluhan tidak menjadi faktor utama pembentuk kepuasan anggota KPN Banuhampu Sungai Puar.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan dua peneliti lain yang menghasilkan temuan yang sama. *Pertama*, penelitian oleh Salma dkk pada tahun 2023 menunjukkan jika variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Prabumulih.²⁵ *Kedua*, penelitian oleh Septiani pada tahun 2025 menunjukkan jika penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BTN Syariah KCPS Pekalongan.²⁶

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Hasil temuan menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Di mana melalui uji t diketahui nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 10,359 pada tingkat signifikan sebesar 0,000. Maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $10,359 > 2,022$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Temuan ini mengindikasikan jika secara umum kualitas produk merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Di mana dalam praktiknya pengurus dan karyawan selalu mengupayakan agar setiap anggota yang mengajukan pembiayaan merasa tenang dan nyaman, mengupayakan agar pembiayaan *murabahah* memiliki persyaratan yang mudah untuk dipenuhi oleh anggota itu sendiri, menawarkan tingkat margin dan jangka waktu pelunasan yang wajar, serta pencairan pembiayaan dilakukan secara tepat waktu. Pengurus menghargai anggota dengan menunggu kedatangan anggota yang ingin mengajukan pembiayaan *murabahah* di koperasi. Karyawan juga memberikan pelayanan ramah dengan menjelaskan pembiayaan *murabahah* dan menjawab

²⁵ Salma dkk, Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih, Vol. 6, No. 2, *eCo-Buss*, 2023, hlm. 706.

²⁶ Sara Duwi Septiani, Skripsi: "*Pengaruh Fasilitas Layanan Mobile Banking, Automatic Teller Machine, dan Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah (Studi Kasus: Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Pekalongan)*", (Pekalongan: UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025), hlm. 74.

pertanyaan dari anggota dengan sabar. Dengan kata lain anggota lebih memperhatikan bagaimana kualitas produk pembiayaan *murabahah* mampu membentuk kepuasan anggota itu sendiri.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan dua peneliti lain yang menghasilkan temuan yang sama. *Pertama*, penelitian oleh Nurcahyo dan Solekah pada tahun 2022 menunjukkan jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang.²⁷ *Kedua*, penelitian oleh Azkiya dkk pada tahun 2022 menunjukkan jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Citeureup 1.²⁸

c. Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar

Hasil temuan menunjukkan secara simultan, variabel penanganan keluhan dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Di mana uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar 96,897 dan signifikan sebesar 0,000. Maka perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena $96,897 > 3,24$ serta $sig. 0,000 < 0,05$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

Temuan mengindikasikan jika variabel penanganan keluhan dan kualitas produk mampu memengaruhi kepuasan anggota koperasi. Dari segi variabel penanganan keluhan, pengurus dan pegawai menyediakan sarana yang mudah digunakan oleh anggota untuk menyampaikan keluhan kepada pengurus atau pegawai itu sendiri. Di sisi lain pengurus dan pegawai memanfaatkan sarana tersebut agar bisa menampung dan memproses berbagai keluhan yang datang dari anggota. Dari segi kualitas produk pembiayaan *murabahah*, pengurus dan pegawai mengupayakan agar pembiayaan *murabahah* dirancang khusus agar optimal guna membantu anggota.

Dua kajian sebelumnya yang memiliki temuan yang sama terdiri dari: *Pertama*, penelitian oleh Puspitasari dan Nisak tahun 2023 menunjukkan jika

²⁷ Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang), Vol. 7, No. 4, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2022, hlm. 1429.

²⁸ Bunga Malina Azkiya dkk, Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup1, Vol. 5, No. 1, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2022, hlm. 91.

secara simultan variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.²⁹ Kedua, penelitian oleh Hidayat dkk tahun 2024 menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Kantor Cabang Samarinda.³⁰

E. Penutup

Penelitian membuktikan jika secara parsial variabel penanganan keluhan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar dengan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $0,176 < 2,022$ dan tingkat signifikansi $0,861 > 0,05$. Di sisi lain secara parsial variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar dengan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $10,359 > 2,022$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan variabel penanganan keluhan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar dengan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} adalah $96,897 > 3,24$ serta sig. $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksoy, Mujde and Ozer Yilmaz. 2022. "Consumer Complaints and Complaint Management in The Tourism Sector" *Emerald Group Limited Publishing Part A* 108 : 95 – 111.
- Amelia, Sindy dan Jon Kenedi. 2024. "Strategi Pengembangan Produk Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Pada KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Sungai Rumbai)" *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* 3 (4) : 153 – 166.
- Anzali, Nadia dan Jon Kenedi, 2025. "Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Menghadapi Persaingan Lembaga

²⁹ Rinda Eka Puspitasari dan Khoirun Nisak, Factors Influencing Customer Satisfaction: Empirical Study at Bank Muamalat Madiun Branch, Vol. 3, No.2, *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2023, hlm. 120.

³⁰ Rahmat Hidayat dkk, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Samarinda, Vol. 2, No. 4, *Activa: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 2024, hlm. 200.

Keuangan Syariah di Kota Padang Panjang” *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* 6 (3): 590 – 603.

Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Azkiya, Binta Malina dkk. 2022. “Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup1” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5 (1) : 85 – 95.

Cetin, Filiz Aslan. 2018. “Customer Complaints Management: A Conceptual View” *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences* 4 (11) : 869 – 880.

Davidow, Moshe. 2003. “Organizational Responses to Customer Complaints: What Works and What Doesn’t” *Journal of Service Research* 5 (3) : 225 – 250.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 89/DSN-MUI/XII/2013 Tentang Pembiayaan Ulang (*Refinancing*) Syariah.

Fitriani dan Jon Kenedi. 2024. “Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Pada PT BSI KCP Bukittinggi Sudirman)” *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* 3 (2) : 191 – 203.

Gerson, Richard F. 1993. *Measuring Customer Satisfaction*. California: Crisp Publications.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayat, Rahmat dkk. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Samarinda” *Activa: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* 2 (4) : 186 – 203.

Isti’anah. 2020. *Pembiayaan Murabahah: Konsep dan Penerapannya Pada Bank Syariah di Indonesia (Tinjauan Maqashid Syariah)*. Yogyakarta: Nuta Media Yogya.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Maisyarah dan Jon Kenedi. 2025. “Strategi Membangun *Brand Image* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Hidup Berkah Bermakna Kota Padang Panjang” *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 11 (3) : 220 – 234.

Muchsony, Fajar dan Mursyid. 2024. “Pembiayaan *Murabahah* Pada Perbankan Syariah di Indonesia” *Rayah al-Islam* 8 (3) : 1524 – 1543.

Muhammadiyah dan Zulhamdi. 2022. “Implementasi *Murabahah* pada Perbankan Syariah” *al-Hiwalah* 1 (1) : 53 – 74.

- Mumtahaen, Ikmal. 2021. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Refinancing Syariah Pada Pembiayaan Mikro Syariah dengan Akad *Murabahah* di Bank Syariah Mandiri Rancaekek Bandung. *Thesis*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nurchayyo, Agil dan Nihayatu Aslamatis Solekah. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (4) : 1421 – 1433.
- Puspitasari, Rinda Eka dan Khoirun Nisak. 2023. “Factors Influencing Customer Satisfaction: Empirical Study at Bank Muamalat Madiun Branch” *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 3 (2) : 111 – 121.
- Putri, Nadila dan Jon Kenedi. 2024. “Analisis Keputusan Masyarakat Non-Muslim Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Sumut KCP Syariah” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2 (9) : 1262 – 1272.
- Rahmawati, Anida. 2024. “Dominasi *Murabahah* dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia” *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 10 (10) : 5803 – 5809.
- Razali, Nornadiah Mohd dan Yap Bee Wah. 2011. “Power Comparison of Saphiro-Wilk, Kolmogrov-Smirnov, Liliefors, and Anderson Darling Tests” *Journal of Statistical Modeling and Analytics* 2 (1): 21 – 33.
- Salma dkk. 2023, “Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih” *eCo-Buss* 6 (2) : 697 – 707.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Septiani, Sara Duwi. 2025. Pengaruh Fasilitas Layanan Mobile Banking, Automatic Teller Machine, dan Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah (Studi Kasus: Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Pekalongan). *Skripsi*. Pekalongan: UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Sugandhi, R. K. 2003. *Customer Relationship Management*. New Delhi: New Age Internasional Publishers.
- Sukmayadi. 2020. *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.